

야간 알바생 40% 근무환경평가 '미'

“야간 홀로 근무(52.8%)” 최다...평균시급 8290원

위험 요인 “수면 부족· 무기력 상태(40.2%)” 꼽아

야간 알바생 10명 중 4명은 야간 알바 근무 환경 성적을 우수미양가 중 '미' 수준으로 평가했다. 야간 알바생 중 절반 이상은 야간 알바 시간(오후 10시~ 오전 6시)에 홀로 근무하고 있었으며, 피로 누적으로 인한 위험에 노출돼 있는 것으로 나타났다.

구인·구직 아르바이트 전문 포털 알바천국이 지난 6월29일부터 7월12일까지 야간 아르바이트 경험이 있는 알바생 590명을 대상으로

야간알바를 말하는 야간알바 설문 조사를 실시한 결과 야간 알바생이 평가한 야간 알바 근무환경 성적은 우수미양가 중 '미(38.3%)'였으며, 야간 알바생이 생각하는 근무 중 가장 큰 위험 요소는 다른 야간 피로누적으로 인한 무기력 상태인 것으로 조사됐다.

야간 알바 중 겪었던 가장 큰 어려움으로 “낮과 밤이 바뀌어서 생기는 건강 악화(57.3%)를 꼽았을 뿐 만 아니라 야간 알바 중 위험 요인 역

시 “수면 부족으로 인한 무기력 상태(40.2%)”라고 말했다.

기타 어려움으로는 “야간수당 미지급(16.9%)”, “강도 등 위험 사건에 대한 부담(7.8%)”, “손님들의 폭언과 폭행(7.6%)”, 대중교통 부족 등 기타(10.4%)” 등의 답변이 있었으며, 기타 위험 요인은 “홀로 근무하는 환경(17.5%)”, “취직(17.4%)”, “돌발 상황에 대비한 안전장치 부족(17.2%)”, “기타(7.8%)” 답변 순으로 이어졌다.

상대적으로 위험 부담이 있을지라도 알바생들이 야간 알바를 찾는 이유는 ‘시급 때문이었다. 응답자의 31.4%가 야간 알바를 하게 된 가장 큰 이유로 “비교적 높은 시급”을 꼽았다.

다음으로 “낮에 하는 알바를 구하기 어려워서(23.9%)”, “기타(18.3%)”, “낮에는 알바를 할 시간이 없어서(15.4%)” 등이 있었으며 “낮 알바에 이어 야간 알바까지 해야 생활을 유지할 수 있어서”라는 답변도 11%나 있었다.

같은 야간 알바를 하면서도 상시 근로자 5인 이상 사업장에서 근무하는 야간 알바생과 상시 근로자 5인 미만 사업장에서 근무하는 야간 알바생의 시급 격차는 1000원에 달했다.

상시 근로자 5인 이상 사업장에서 야간 알바를 하는 알바생 평균 시급은 약 8290원으로 상시 근로자 5인 미만 사업장에서 야간 알바를 하는 알바생 평균 시급 7270원 보다 약 1000원 많았다.

한편 야간 알바 경험에 있는 알바생 대부분의 근무 기간은 “3개월 미만(51.5%)”이었으며, 일 평균 근무시간은 “8시간 풀타임 근무(37.8%)”가 가장 많았다. 일 평균 근무시간은 “5시간 이상 8시간 미만(23.1%)”, “3시간 이상 5시간 미만(9.8%)”, “1시간 이상 3시간 미만(7.6%)”, “기타(21.7%)” 순으로 답했다. 야간 알바 중 근무인원은 “홀로 근무”가 52.8%로 가장 많았으며, “5명 이상(18.6%)”, “2명(15.2%)”, “3명(9.7%)”, “4명(3.7%)” 순이었다.

알바천국 관계자는 “이번 설문조사를 통해 야간 알바생들의 다양한 고충을 들을 수 있었다”며 “야간 알바생들의 안전과 건강을 위한 제도적 방안이 단계적으로 모색돼야 한다”고 말했다.



한화 아쿠아플라넷 여수, ‘호기심 바다로 떠나는 바캉스’ 프로모션

한화호텔앤드리조트(대표이사 문석)가 운영하는 한화 아쿠아플라넷 여수는 신나는 여름방학을 맞아 ‘호기심 바다로 떠나는 바캉스’를 주제로 다양한 프로모션을 준비했다.

먼저 한화 아쿠아플라넷 여수는 아이들의 호기심을 키워줄 수 있는 페이퍼토이와 입장권을 묶어 ‘오감만족 페이퍼토이’ 패키지를 판매한다. 페이퍼토이는 아쿠아플라넷 여수의 마스코트인 고래 벨루가와 바다거북의 종이 장난감으로 100개 한정 판매다.

31일까지 이용할 수 있는 ‘오감만족 페이퍼토이’ 패키지는 온라인(아쿠아플라넷, 힐팩)에서 최대 21% 할인해 3인권(대인2, 소인1) 70,600원, 4인권(대인2, 소

인2) 89,900원에 구매 후 일부부터 사용 가능하다.

또한 여름방학을 맞아 해양 생물들을 재미있게 공부할 수 있는 ‘출발! 호기심 바다여행’ 이벤트도 준비했다.

홈페이지 내 이벤트 페이지에서 해양 생물들의 학습자료를 다운로드와 함께 공부하면 된다. 학습자료와 자녀의 사진을 촬영 후 SNS에 업로드하고 해당 링크를 아쿠아플라넷 여수의 마스코트인 고래 벨루가와 바다거북의 종이 장난감으로 100개 한정 판매다. 31일까지 이용할 수 있는 ‘오감만족 페이퍼토이’ 패키지는 온라인(아쿠아플라넷, 힐팩)에서 최대 21% 할인해 3인권(대인2, 소인1) 70,600원, 4인권(대인2, 소

여수=송기홍 기자



‘금값’된 삼겹살... 수송기인 여름철을 맞아 삼겹살 가격이 크게 오르고 있는 가운데 24일 서울의 한 대형백화점에서 소비자가 삼겹살을 살펴보고 있다. 지난 10일부터 14일까지 1등급 돼지고기 평균 도매가격은 1kg에 6천240원으로 지난해 같은 기간보다 20% 넘게 올랐다. 삼겹살 평균 판매 가격도 최대 23% 넘게 오르면서 100g당 2천5백 원을 넘어섰다.

“열대야 시작되자 온라인 쇼핑객 증가”...심야시간대 판매량 15% ↑

폭폭 짙은 열대야가 시작되자 심야시간대 온라인 쇼핑객이 늘어난 것으로 나타났다. 더위가 기승을 부리면서 잠 못 이루는 사람들이 늘어난 탓으로 풀이된다.

24일 G마켓에 따르면 올해 첫 열대야가 시작된 이후 열흘(7월11일~7월20일) 동안 심야시간대 판매 데이터를 분석한 결과, 전주 동시간대 전체 판매량이 15% 이상 증가하는 등 심야쇼핑이 늘어난 것으로 조사됐다.

특히 속옷, 음반 도서 등의 상품이 해당 시간대 불타나게 팔린

것으로 나타났다.

전주 동시간대 대비 판매증가폭이 가장 컸던 제품은 속옷으로, 3배 이상(226%) 판매량이 늘었다. 2위는 음반(207%), 3위는 여행상품(110%), 4위는 식품(104%), 그리고 5위는 도서(73%) 순으로 나타났다.

세부 품목별로 남녀 차이도 있었다. 남성은 엔진오일(1100%), 시계(342%), 음반(221%), 호흡·수면 건강관리용품(200%), 도서(188%) 등을 많이 구매한 것으로 나타났고, 여성은 속옷(221%), 스

마트 헬스케어(214%), 여성용품(180%), 도서(167%), 연극 티켓(147%) 순으로 증가폭이 컸다.

한편, 올해와 지난해 열대야 심야시간대 판매량을 비교 분석한 결과 아직 여름 판매량이 전년 대비 크게 늘었다. 아이스크림·간식·커피는 7.7배 이상(671%), 치킨·피자·족발·e쿠폰은 5.4배(439%) 증가했다.

올해는 밤에 비가 퍼붓는 이열대성 장마가 겹쳐, 전년 대비 장화·우비·우산 판매도 5배(400%) 신장했다. 뿐만 아니라 냉수매트

(400%), 핸드용선풍기(364%) 등 상대적으로 부담 없는 가격으로 더위를 해소할 수 있는 절전형 계절상품 판매도 4~5배 가량 더 팔리며 인기를 끈 것으로 나타났다.

남성현 G마켓 마케팅실장은 “열대야 영향으로 잠 못 이루는 밤이 시작되면서 심야시간대에 소비심리가 전반적으로 진정되는 양상을 보이는 가운데 특히 시간대의 영향으로 계절상품 보다 속옷이나 음반, 도서 등의 수요가 크게 늘어난 것으로 나타났다”며 “이러한 계절 변화 및 시간대에 따른 소비 데이터를 축적해 고객 상품 추천 등 다양한 프로모션 및 서비스에 반영할 수 있을 것”이라고 말했다.

‘지역맥주의 힘’ 국산맥주, 수입맥주 앞질러

수입맥주에 역전되며 주춤했던 대형마트의 국산맥주 판매가 본격적인 여름 성수기를 맞아 다시 기지를 켜고 있다.

해운대맥주와 강서맥주, 달서맥주 등 지역맥주만 이름의 이른바 ‘지역맥주’가 전국적으로 높은 인기를 얻었고 기존 주류 제조사 역시 저가의 신제품을 속속 출시하면서 수입맥주에 밀렸던 국산맥주의 판매비중은 7월 들어 다시 50%를 넘어섰다.

홈플러스는 전체 맥주 판매 중 국산맥주의 판매비중이 55%를 기록하며 지난 4월 이후 3개월 만에 다시 수입맥주를 넘어섰다고 24일 밝혔다. 이 같은 국산맥주의 부활에는 홈플러스가 발굴해낸 ‘지역맥주 3총사’의 역할이 컸다.

지난달 출시된 해운대맥주는 대기업 주류 제조사들이 최근 잇따라



출시하며 물량공세를 펼치고 있는 신제품 맥주들과 비교해도 밀리지 않는 높은 매출구성비를 보이며 어깨를 나란히 하고 있다.

아울러 지난 1일부터 21일까지 홈플러스의 강서맥주 판매량도 전월 대비 20.1% 증가했으며, 달서맥주 역시 27.3% 늘었다. 카스, 하이트, 클라우드 등 기존 대기업 주류 제조사의 대표 상품의 판매실적은 10% 미만임을 감안하면 이른바 ‘지역맥주 3총사’의 높은 판매실적이 국산맥주 전체 시장 규모를 키우는 데 앞장선 셈이다.

모두, 안녕하세요?

우리 미척이는요... 자데치료국에 있습니다.

처음엔 많이 놀랐지만, 영유아건강검진으로 일찌 일찌 알게 해서 부모로서 무엇을 준비해야 되는지 앞으로 어떤 계획을 세워야 하는지 잘 알게 되었습니다.

영유아건강검진 덕분에 안녕이란 말을 다시 돌아봅니다.

대한민국 부모님들, 다들 안녕하시죠?

일반 건강검진

생애전환기 건강검진

구강검진

암검진

영유아 건강검진

영유아건강검진은 생후 4개월부터 7개월까지의 모든 영유아를 대상으로 실시하고 있습니다.

※연말에는 검진기간이 혼잡하므로, 미리 미리 검진 받으세요.

보건복지부

129

h-well

국민건강보험

1577-1000